

А. П. Дубровский

Научный руководитель

Л. М. Злотникова

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА: МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Развитие экономики к концу XX в. проявилось в появлении и широком распространении новых видов производственных отношений. Важнейшей особенностью стали электронные технологии. Интернет, как форма новой организации коммуникаций, сопровождается созданием и функционированием прочных и стабильных связей между производителями и потребителями без учета географических границ. Производственный и потребительский рынок получил с помощью Интернета альтернативную систему реализации предпринимательской деятельности. Этот новый вид производства, в котором сосредоточены результаты умственной деятельности, представленный, прежде всего, уровнем развития интеллектуального потенциала, получил название «электронный бизнес». Основу электронного бизнеса составляют информационные технологии.

С каждым годом постоянно увеличивается количество фирм, использующих в производственной деятельности электронный бизнес. К тому же формируется отдельный сегмент общественного производства, функционирующий только на использовании компьютерных технологий. Компьютерные сети глобально изменили общество, активно вмешались в экономику и деловую активность, повлияв на создание и продвижение новой разновидности экономической деятельности, т. е. предпринимательство с использованием системы «Интернет» и телекоммуникаций. E-commerce составляет значительную часть бизнеса, в котором субъекты экономических отношений на товарном рынке совершают сделки посредством компьютерного обмена данными с помощью интернет-технологий.

Электронная коммерция – это дистанционная форма ведения бизнеса. Платежными средством выступают банковские карты, электронные деньги. Под электронной коммерцией понимаются комплексные действия, направленные на проведение денежных и торговых транзакций через компьютерные сети, включающие бизнес-процессы, необходимые для завершения операций: электронный маркетинг, ведение документооборота, поставка товаров или оказание услуги.

Создание, настройка и обслуживание электронного бизнеса, особенно того, который рассчитан на обработку большого количества транзакций, требует специальных технических и рекламных знаний. Покупатели хотят иметь доступ к товарам и услугам в любое время, один из способов осуществления этого – перенос бизнеса в Интернет. Преуспеет та компания, которая предоставит самую надежную, функциональную, быструю, удобную и простую в использовании площадку осуществления онлайн-торговли.

Развитие электронного бизнеса, с одной стороны, расширяет возможности предпринимательской деятельности. С другой стороны – снижение затрат на организацию и осуществление электронного бизнеса закономерно влечет за собой проблемы статистического учета, формирование принципиально новых финансово-экономических отношений между субъектами предпринимательской деятельности и государством. Налоги, кредиты, инвестиционные государственные программы до настоящего времени нацелены на массовое производство, основаны на залоге имущества. Усиливаются проблемы контроля выполнения обязательств предпринимателем и получателем услуги, товара.

Расширение дистанционных отношений между предпринимателем и потребителем ограничивается существующей системой макроэкономической ответственности и целями экономической политики. Диверсификация электронного бизнеса вступает в серьезное противоречие с оценками экономического роста. Усугубляется ситуация продвижения электронного бизнеса компьютерной безграмотностью. Финансирование электронного бизнеса – рискованное действие.